

**DIETIROLERWIRTSCHAFTSKAMMER
PRÄSENTIERT DEN**

SDGTALK



Nachhaltige Werte im Unternehmen? Wozu? - Strategiewerk als Erfolgsfaktor!

Vortragende: Antje Schwemberger

Moderation: Marlene Hopfgartner

IHRE ANSPECHPARTNER

Lukas Kocher
Energieberater
+43 5 90 905 1374
lukas.kocher@wktiroel.at

Dr. Ladislav Kacani
Innovationsberater
+43 5 90 905 1522
ladislav.kacani@wktiroel.at

Mag. Marlene Hopfgartner
Leiterin Innovation & Nachhaltigkeit
+43 5 90 905 1264
marlene.hopfgartner@wktiroel.at

Felix Kranebitter
+43 5 90 905 1470
felix.kranebitter@wktiroel.at

Mag. Veronika Schuler
Schutzrechtsexpertin
+43 5 90 905 1524
veronika.schuler@wktiroel.at



SDG Talk
Antje Schwemberger

SDG-TALK

Agenda



Verortung Begriffe

Werte - Wertehaltung -
Grundhaltung
Unser Selbstverständnis
Strategie
Handlungsorientierung



Warum CSR?

Rechtsumfeld
Kunden
Öffentlichkeit
Arbeitsmarkt
Kapitalmarkt



Umsetzung CSR im Unternehmen

To Dos
Wer
Risiken
Reporting
Struktur



Grundhaltung

Werte

Selbstverständnis

Unternehmenskultur

Grundhaltung

zuerst eingenommene Haltung, Stellung, Lage, aus der heraus andere Haltungen, Stellungen, Bewegungsabläufe entwickelt werden

grundsätzliche innere Haltung, Einstellung

Werte – Wertevorstellung

Wir brauchen sie zur Identifikation, zum Generieren des Miteinanders

sie geben uns ein gutes Gefühl, sie zeigen uns dass wir zusammen gehören, sie sind

quasi der Klebstoff für eine Familie, für eine Gruppierung und auch für eine Organisation oder ein Unternehmen

sie sagen uns wie bzw. warum wir Dinge tun, jedoch geben sie uns keine Handlungsorientierung

Selbstverständnis – das Bild von uns selbst, das die Mitarbeiter vom Unternehmen haben – das ist dann auch die Grundlage zur Abgrenzung wer sind wir NICHT

=> Unternehmenskultur

Begrifflichkeiten

Politik

Ziele

Politik

- ⇒ alle Maßnahmen, die sich auf die Führung einer Gemeinschaft, eines Staates beziehen
- ⇒ Methode, Art und Weise, bestimmte eigene Vorstellungen gegen andere Interessen durchzusetzen

Ziel:

Punkt, Ort, bis zu dem jemand kommen will, den jemand erreichen will

Strategie - genauer Plan für ein Verhalten, der dazu dient, ein (militärisches, politisches, psychologisches o. ä.) **Ziel** zu erreichen, und in dem man alle Faktoren von vornherein einzukalkulieren versucht


=> Unternehmensstrategie


Strategie


Unternehmensstrategie


Begrifflichkeiten


WARUM CSR?

 Druck vom Rechtsumfeld

 Druck vom Kunden B2B

 Druck der Öffentlichkeit/Endkunde

 Druck vom Arbeitsmarkt /Employerbranding

 Druck vom Kapital/Finanzmarkt

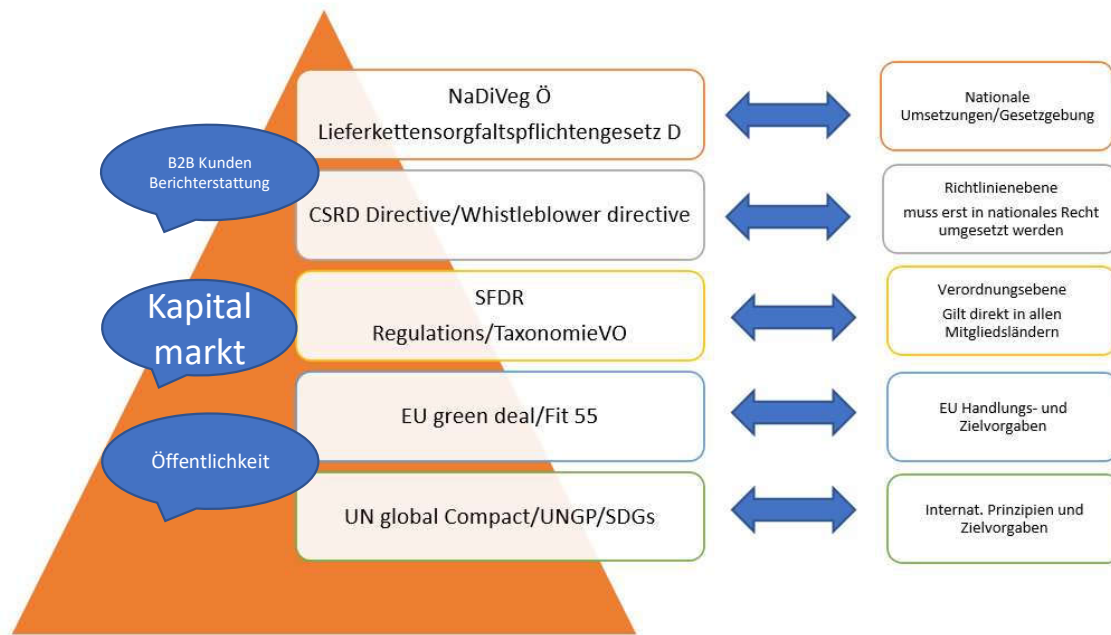
Corporate Social Responsibility

=> freiwilliger Beitrag der Wirtschaft
zu einer nachhaltigen Entwicklung,
der **über die gesetzlichen
Forderungen** hinausgeht.



Rechtsumfeld

Stufenbau des rechtlichen Rahmenwerks

















Nur mit positivem S-Rating sind Aufträge möglich. „Damit heben wir die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit in der Beschaffung auf das gleiche Level wie die Faktoren Qualität, Kosten und pünktliche Logistik“, erklärt Uwe-Karsten Städter, Vorstand Beschaffung der Porsche AG.

B2B - Kunden

Nachhaltigkeitsplattformen und -abfragen abhängig von Branchen und Produkten
Integrity next, ecovadis, sustainable driving...

Typische Abfragethemen:

Informationen zum Unternehmen ✓  Bearbeiten	Umweltschutz ✓  Bearbeiten	Menschen- & Arbeitsrechte ✓  Bearbeiten
Anti-Korruption & Anti-Bestechung ✓  Bearbeiten	Arbeitssicherheit ✓  Bearbeiten	Verantwortung in der Lieferkette ✓  Bearbeiten
Energiemanagement ✓  Bearbeiten	Datenschutz (DSGVO) ⚠  Status verbessern	Konfliktminerale ⚠  Status verbessern
REACH ✓  Bearbeiten	RoHS ✗  Bearbeiten	COVID-19 Assessment ✓  Bearbeiten

Öffentlichkeit - Endkunden - Markt

08.10.2021 *Google/Youtube schließen Inhalte, die den menschengemachten Klimawandel leugnen, von Werbeeinnahmen aus*

Dieses Verbot gilt auch für Inhalte und Videos, in denen geleugnet wird, dass Treibhausgasemissionen oder menschliche Aktivitäten zum Klimawandel beitragen.



Nachhaltigkeit ist ein Teil der Lebensrealität und wird Wirtschaft und Gesellschaft fundamental verändern. – Stephan Fetsch, KPMG

- 18 Prozent der Verbraucher geben an, beim Kauf von Lebensmitteln stets auf Nachhaltigkeit zu achten; weitere 54 Prozent versuchen dies nach eigener Aussage zumindest.
- 69 Prozent der Befragten zeigen sich bereit, für Nachhaltigkeit des Produkts einen Aufpreis zu zahlen. Einen Preisaufschlag von bis zu 10 Prozent würde gut die Hälfte (55 Prozent) akzeptieren.
- 55 Prozent sind sich in vielen Fällen unsicher, welches Produkt die nachhaltigste Option ist. Junge Menschen (16-29 Jahre) betrachten sich als informierter über nachhaltige Alternativen zum herkömmlichen Konsum als ältere.
- Vier von fünf Verbrauchern achteten im vergangenen Jahr beim Einkaufen öfter als zuvor auf Nachhaltigkeit, und jeder zweite will dies künftig noch stärker tun.

Studie KPMG 2019

Arbeitsmarkt - Mitarbeiter – Employer Branding

Laut der XING Gehaltsstudie 2019 würden auch in Deutschland die Arbeitnehmer für einen Job mit Purpose ein geringeres Gehalt akzeptieren.

Umweltbewusstsein und soziales Handeln sind zunehmend wichtige Kriterien bei der Auswahl des Arbeitgebers. Das zeigt sich auch bei kleineren Anfragen - ökonomischeres Wirtschaften in der Kantine und nachhaltiger Verbrauch von Arbeitsmaterialien wird nachgefragt oder sogar aktiv eingefordert.

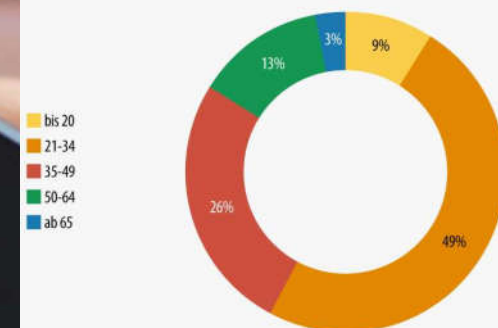
Interessant dabei ist, dass die "alten Werte" wie Tradition und Historie eines Unternehmens egal sind. Das Tun in der Gegenwart ist wichtiger für die jungen Bewerber. Dazu gehört auch, dass die Arbeit sinnvoll und sinnstiftend ist.

(Befragung HR aktuell)



Junge Menschen arbeiten lieber für nachhaltige Unternehmen

Altersverteilung der Personen, die bevorzugt für Unternehmen arbeiten, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen



Quelle: Nielsen

Frankfurter Allgemeine statista

Kapital-Markt

„Wenn ich rückblickend 2015 eine Prognose hätte wagen sollen, ob das Thema Nachhaltigkeit in dieser Fokussierung im Jahr 2021 so vorhanden ist, dann kann ich bestätigen, haben wir diese Dynamik so nicht kommen gesehen – man kann auch sagen ein Stück unterschätzt.“

Thomas Mann von der Talanx-Versicherungsgruppe

Laut Deloitte

- Nehmen 94 Prozent aller institutionellen Investoren im Vorfeld einer Transaktion auch Analysen zu Nachhaltigkeitsaspekten vor.
- 30 Prozent von ihnen ändern ihre Entscheidung über die Investition nach dieser ESG-Analyse.

„Wir beobachten gerade, dass Nachhaltigkeit der neue Mainstream wird“ (Christian Klein, Professor für nachhaltige Finanzwirtschaft an der Universität Kassel)

Interview mit Gerald Fleischmann, CEO Volksbank Wien AG vom 10.03.2021:

- Es wird klare Unterscheidungen zwischen grüner und brauner Industrie geben. Die grüne wird gewisse Preisvorteile genießen und die braune wird bestraft werden.
- „Unternehmen, die sich am Kapitalmarkt finanzieren wollen, werden sich ohne Nachhaltigkeitsratings sehr schwer tun.“
- Wer nachhaltig agiert, wird Vorteile bei der Kreditvergabe genießen und bei Kunden punkten
- In den nächsten Jahren wird es sich kein Unternehmen mehr leisten können, keine Nachhaltigkeitsstrategie zu haben.

Nachhaltigkeitsarbeit im Unternehmen – To Dos

=> Klares und starkes Commitment der Geschäftsführung zu CSR - Relevanz und Transparenz – kontinuierliche Kommunikation intern/extern

=> Basisarbeit erledigen

 Werteableitung mit der bestehenden Unternehmenskultur

 Frage: Was schweißt uns denn zusammen als Unternehmen? Beliebigkeit vermeiden

=> CSR Strategie als Teil der Unternehmensstrategie implementieren – enger, kontinuierlicher Abgleich

=> CSR Sprache nach innen/außen entwickeln

=> Mitarbeiter einbinden und abholen => Abgleich der Werteableitung und Strategie

=> Schaffung eines CSR Teams als Teil der Führungsorganisation

=> CSR Budget schaffen

=> aus der Strategie Ziele ableiten, immer mit Reportingsystematik – SDGs als Handlungsorientierung und Kommunikationstool – Wesentlichkeit bestimmen - Einbindung der Mitarbeiter

=> Regelkreis schaffen, in welchem Aktualität der Strategie, Politik und Werterhaltung systematisch hinterfragt und aktualisiert wird

Nachhaltigkeitsarbeit im Unternehmen – Wer?

Wen brauchen wir dazu?

Grundlegend jeden Mitarbeiter – nur der integrierte und “abgeholte” MA wird die gleiche Sprache sprechen

Kommunikationsabteilung- Sprache entwickeln, Webseite, Social Media und Content steuern

CSR TEAM – Aufbau und Kommunikation CSR TEAMS, Monitoring CSR-Rechtsumfeld und CSR Trends, Contentstrategie, Storytelling, Anstoßen von Projekten, Unterstützen von Projekten, Ideen einbringen, CSR Plattformen Assessments, Aufbau einer internen CSR Dokumente Bibliothek

Managementsystemverantwortliche – Reporting, Kennzahlenentwicklung mit Orientierung an den Vorgaben durch GRI (Global Reporting Initiative) & GHG Protocoll

Business Development – Strategieentwicklung mit CSR Integration

HR – KZ Entwicklung mit MS Team, Integration CSR in die Mitarbeiterentwicklung, Schulung

Legal – rechtliche Umsetzung, Monitoring und Unterstützung (Unterschriftenregelung, Schulungsentwicklung, code of conduct, Whistle Blowing...)

Einkauf – COC für Lieferanten, Umsetzung Lieferketten Sorgfaltspflichten

Nachhaltigkeitsarbeit im Unternehmen - Reporting

GRI – Global Reporting Initiative – Richtlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten

Update 2021 – bisher nur in Englisch

Neu seit 2016 sind Abfall, Wasser und Abwässer
plus Konsolidierung aller Standards

120 Indikatoren

Pflichtanforderungen und Empfehlungen an die Berichterstattung



Themenspezifische Standards	Verweis	Erläuterung	Global-Compact-Prinzipien	SDG
201-1	Unmittelbar erwirtschafteter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert Mitarbeiter: Wettbewerb um Talente Mitarbeiter: Personalaufwand Mitarbeiter: Tabelle: Personalaufwand BASF-Gruppe	Grafik: Wertschöpfung 2021		2, 5, 7, 8, 9
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen Chancen und Risiken: Einkauf und Lieferkette Energie und Klimaschutz: Strategie Chancen und Risiken: Operativ wirksame Chancen und Risiken Chancen und Risiken: Strategisch wirksame Chancen und Risiken: Nachhaltigkeit	Über die Ergebnisse berichten wir umfassend im Fragebogen zum Klimawandel des CDP.	7	13



Klare Empfehlung: Verknüpfung GRI, SDGs und Global Compact Prinzipien

Nachhaltigkeitsarbeit im Unternehmen - Risiken

Ohne Basisarbeit/Werteableitung birgt Storytelling Gefahren – Imageschädigung

Beliebigkeit der Werte – sie müssen schon den tatsächlichen „Kleber“ des Unternehmens ausdrücken

Außenkommunikation ohne transparentes Reporting – Imageschädigung möglich, verlorene Glaubwürdigkeit auch bei Behörden, Banken und Mitarbeiter

Mitarbeiter müssen abgeholt werden und gleiche Sprache nach außen verwenden

Basisarbeit dürfen nicht nur „schöne Wörter“ sein, es müssen sichtbar die richtigen Projekte abgeleitet werden – Achtung vor Berichtsfokus ohne greifbare/sichtbare Projekte

Greenwashing: z.B. CO2 Kompensation muss mit klarer Kommunikation begleitet sein, dass der erste wichtigste Schritt die Reduktion schon getan wurde und auch kontinuierlich passiert

Rechtskonformität - Nachhaltigkeitsberichtserstattung – Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (müssen gut vorbereitet sein)

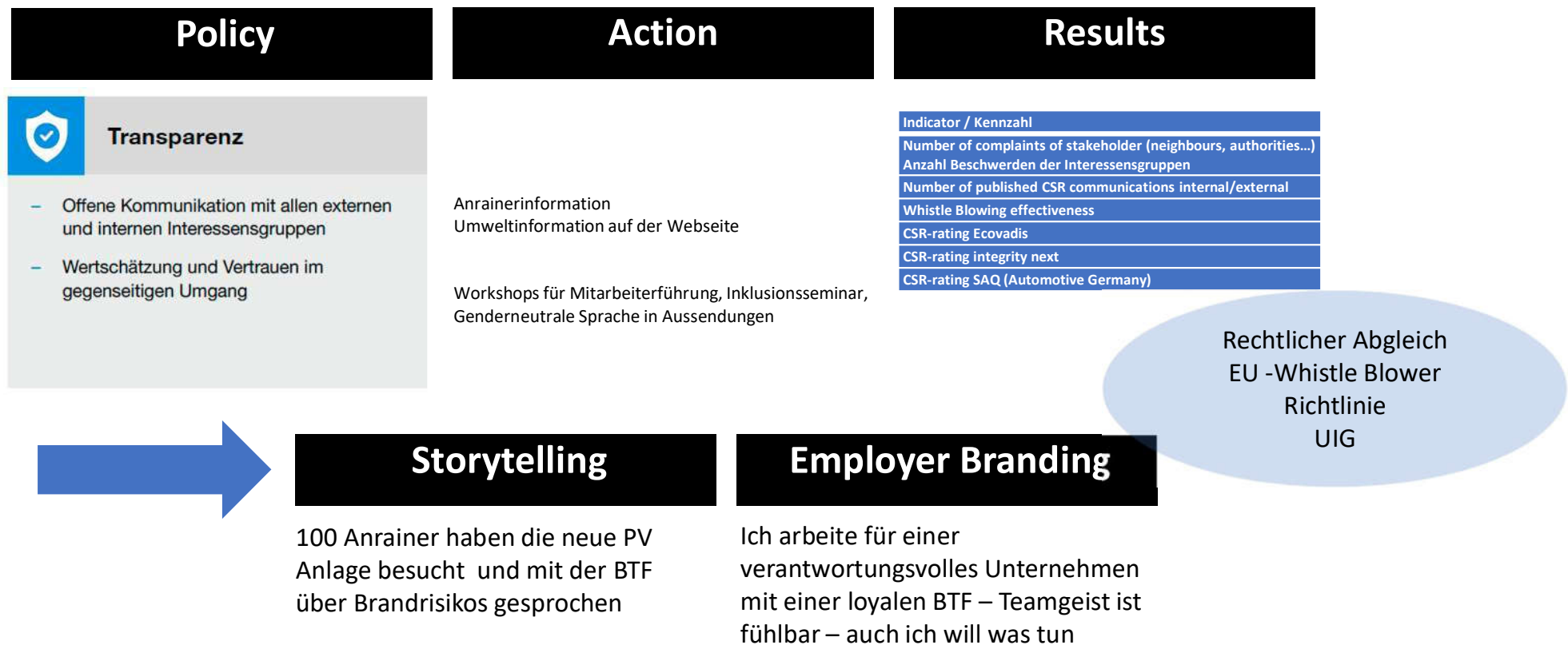
⇒ Konsistente Kommunikation nach innen und außen – verbunden mit den entsprechenden Taten/Projekten und transparenten Reporting im Abgleich mit rechtlichen Rahmenbedingungen

Nachhaltigkeitsarbeit im Unternehmen - Struktur



CSR Struktur - Beispiel

- Policy - Action - Results – Dimension Transparenz

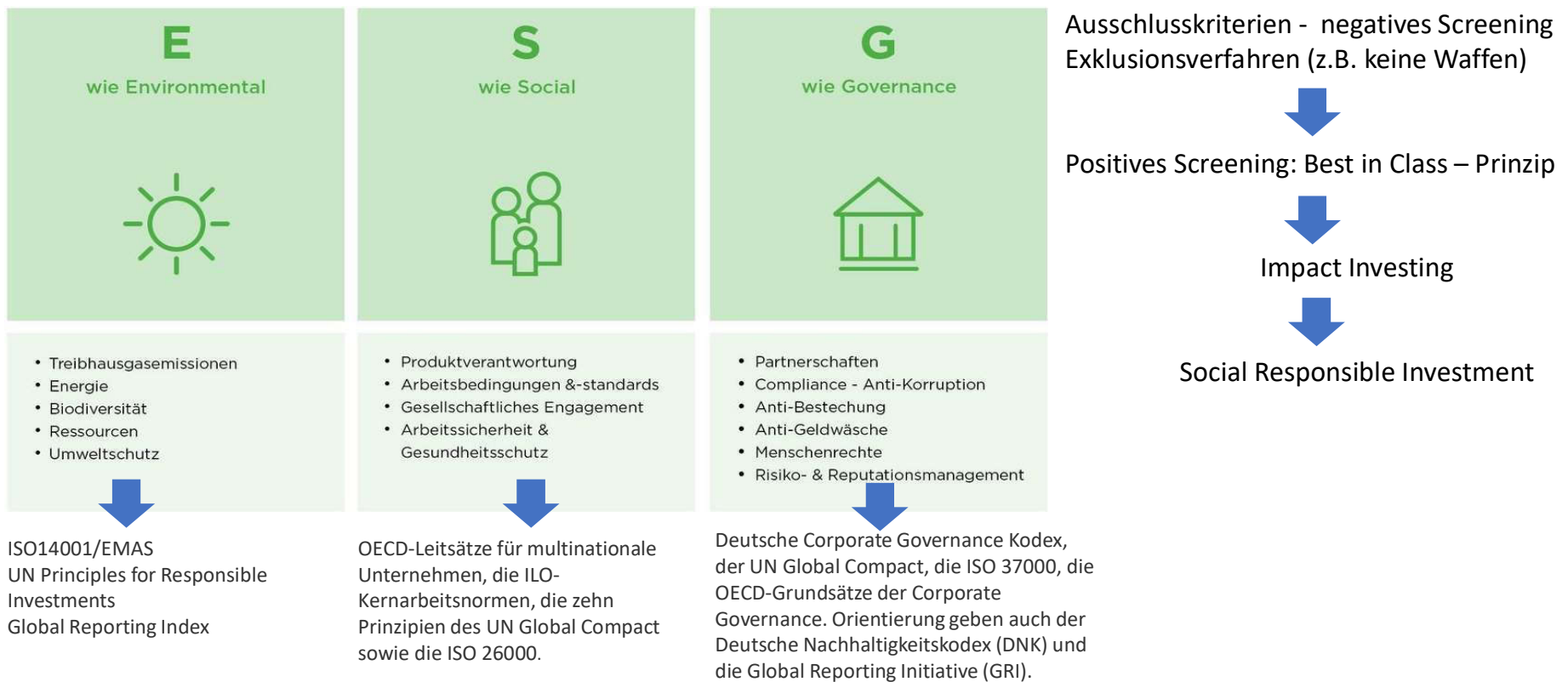




Antje Schwemberger
antje.schwemberger@enviro-marketing.com
enviro-marketing.com

ESG Kriterien

- Finanz/Kapitalmarkt



Taxonomie Verordnung

- **Seit dem Jahr 2022 greift** im Rahmen des Green Deals der EU als ein zentraler Baustein **die EU-Taxonomie-Verordnung**.
- Die Verordnung wurde 2020 von der Europäischen Kommission verabschiedet. Sie ist Bestandteil des „Aktionsplans zur Finanzierung von nachhaltigem Wachstum“, den die EU-Kommission im März 2018 vorgestellt hat.
- Dieser soll Kapitalflüsse in ökologisch nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten lenken. Erste Anforderungen der EU-Taxonomie gelten seit dem 1. Januar 2022.
- 6 Umweltziele des Art 9 Taxonomie-VO

- a) Klimaschutz;
 - b) Anpassung an den Klimawandel;
 - c) die nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen;
 - d) der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft;
 - e) Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung;
 - f) der Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme
- } Hier gibt es schon klare Bewertungsvorgaben



wesentlicher Beitrag zur Verwirklichung eines oder mehrerer der Umweltziele des Artikels 9



Keine erhebliche Beeinträchtigung eines oder mehrerer der Umweltziele des Artikels 9



Einhaltung des in Art 18 festgelegten Mindestschutzes



Beachtung der technischen Bewertungskriterien der delegierte Rechtsakte

Sozialtaxonomie soll noch entwickelt werden

RECHTLICHES UMFELD

SFDR – SUSTAINABLE FINANCE DISCLOSURES REGULATION

- 10.03. 2021 als EU-Verordnung in Kraft getreten - gilt ohne nationale Umsetzung in allen EU-Ländern
- „Nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“ (SFDR) => OffenlegungsVO
- Als Teil der „Sustainable Finance“ Initiative der Europ. Kommission.
- Die SFDR verpflichtet Fondsgesellschaften – also die Emittenten von Fonds – Nachhaltigkeitskriterien (auch ESG-Kriterien) offenzulegen, damit Verbraucher zukünftig unterscheiden können, ob oder wie „nachhaltig“ ein Finanzprodukt ist.
- zusätzlich wurde am 18.06.2020 die Taxonomie-Verordnung veröffentlicht, welche zusätzliche Änderungen bzw. detailliertere Informationen zur SFDR beinhaltet
- bestimmte Teile davon treten ab dem 1. Januar 2022 bzw. 1. Januar 2023 in Kraft.
- Betroffen s.g. Finanzmarktteilnehmer wie Versicherungsunternehmen, Wertpapierfirmen, Kreditinstitute (Banken), Kapitalverwaltungsgesellschaften (z.B. Emittenten von Fonds und ETFs)

RECHTLICHES UMFELD

SFDR

- Es gibt 3 SFDR Kategorien:

- **Artikel 6 – alle traditionellen Finanzprodukte**

Gemäß Artikel 6 der SFDR müssen alle Fonds Nachhaltigkeitsinformationen offenlegen, also „nachhaltige“ und „nicht-nachhaltige“ Fonds. Wenn Fonds nach „Artikel 6“ klassifiziert wurden, bedeutet das, dass diese keine oder nur in geringem Umfang Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigen und nicht unter die anderen zwei Kategorien „Artikel 8“ oder Artikel 9“ fallen.

- **Artikel 8 – die hellgrünen oder ESG-Produkte**

Fonds die nach „Artikel 8“ eingestuft werden, sind Finanzprodukte die „unter anderem ökologische oder soziale Merkmale oder eine Kombination aus diesen Merkmalen“^[1] bewerben. Vereinfacht ausgedrückt, Finanzprodukte die Nachhaltigkeitsmerkmale aufweisen bzw. mit diesen beworben werden. Häufig werden diese auch als „hellgrün“ oder auch als „ESG-Produkte“ bezeichnet.

- **Artikel 9 – die dunkelgrünen oder Impact-Produkte**

Fonds klassifiziert nach „Artikel 9“, sind Finanzprodukte mit denen „eine nachhaltige Investition angestrebt“ wird. Etabliert hat sich unter anderem die vereinfachte Erklärung, dass eine Nachhaltigkeitswirkung angestrebt oder ein explizites Nachhaltigkeitsziel verfolgt wird. Im Fachjargon häufig auch als „dunkelgrün“ oder teilweise „Impact-Fonds“ bezeichnet.

RECHTLICHES UMFELD

CSRD-CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE

Am 24. Februar 2022 erschien der [Änderungsentwurf](#) des Europäischen Rates.

Nach ihrer Verabschiedung auf EU-Ebene muss die Richtlinie bis zum 01. Dezember 2022 in nationales Recht umgesetzt werden, damit sie für die Unternehmen wirksam wird.

Die Regelungen sollen nach dem bisherigen Zeitplan **ab dem 01.01.2024** für das Geschäftsjahr 2023 gelten.

Betroffene Unternehmen

1. Der Richtlinien-Vorschlag zielt auf eine deutliche Ausweitung des Kreises der berichtspflichtigen Unternehmen ab:
alle **großen Unternehmen ab 250 Mitarbeitern** im Jahresdurchschnitt, unabhängig von einer Kapitalmarktorientierung. Die zweite Schwelle für große Unternehmen liegt weiterhin bei einer **Bilanzsumme von über 20 Millionen Euro** oder einem **Umsatz von über 40 Millionen Euro**.
2. alle **kapitalmarktorientierten kleinen und mittleren Unternehmen**, mit der Ausnahme von Kleinstunternehmen (ab dem 01.01.2026). Unternehmen gelten nach Richtlinie 2013/34/EU ab Überschreitung von zwei der drei Merkmale 1) 10 Beschäftigte, 2) 350.000 Euro Bilanzsumme und 3) 700.000 Euro Nettoumsatzerlöse als klein.

=> Eine Berichterstattung auf Konzernebene entbindet auch weiterhin die Töchter von der eigenen Berichtspflicht. Das Tochterunternehmen muss auf den Konzernbericht verweisen.

RECHTLICHES UMFELD

CSRD-CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE

1. Kurze Beschreibung des **Geschäftsmodells und der Strategie**, inklusive
 - der **Resilienz** des Geschäftsmodells und der Strategie des Unternehmens gegenüber Risiken im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsbelangen;
 - der **Chancen** für das Unternehmen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsbelangen;
 - der Pläne des Unternehmens, um sicherzustellen, dass sein Geschäftsmodell und seine Strategie mit dem Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaft und mit der Begrenzung der globalen Erwärmung auf 1,5 °C **im Einklang mit dem Paris-Abkommen** vereinbar sind;
 - wie das Geschäftsmodell und die Strategie des Unternehmens den **Interessen der Stakeholder** des Unternehmens und den Auswirkungen des Unternehmens auf Nachhaltigkeitsbelange Rechnung tragen;
 - wie die Strategie des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange **umgesetzt** wurde;
2. Beschreibung der **Ziele**, die sich das Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange gesetzt hat, und der **Fortschritte**, die das Unternehmen bei der Erreichung dieser Ziele gemacht hat.
3. Beschreibung der **Rolle der Verwaltungs-, Geschäftsführungs- und Aufsichtsorgane** in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange.
4. Beschreibung der **Unternehmensrichtlinien** in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange;
5. Beschreibung von:
 - des **Due-Diligence-Verfahrens**, das in Bezug auf Nachhaltigkeitsbelange durchgeführt wurde;
 - die wichtigsten tatsächlichen oder potenziellen nachteiligen Auswirkungen (**Principal Adverse Impacts**) im Zusammenhang mit der Wertschöpfungskette des Unternehmens, einschließlich seiner eigenen Geschäftstätigkeit, seiner Produkte und Dienstleistungen, seiner Geschäftsbeziehungen und seiner Lieferkette;
 - alle **ergriffenen Maßnahmen und das Ergebnis** dieser Maßnahmen, um tatsächliche oder potenzielle nachteilige Auswirkungen zu verhindern, zu mindern oder zu beheben.
6. Beschreibung der **wichtigsten Risiken** für das Unternehmen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsbelangen, einschließlich der wichtigsten Abhängigkeiten des Unternehmens von solchen Belangen, und wie das Unternehmen mit diesen Risiken umgeht;
7. **Indikatoren**, die für die oben genannten Offenlegung relevant sind.

RECHTLICHES UMFELD

LIEFERKETTENSORGFALTSPFLICHTENGESETZ D 2021

- Bezieht sich auf Tätigkeiten und Beschaffung – nicht nur, aber v.a. in Entwicklungs- und Schwellenländern
- Ziel: Vermeidung massiver Menschenrechts- und Umweltrechtsverletzungen
- Betrifft in Deutschland ansässige und/oder in Deutschland geschäftstätige Unternehmen
- Ab 2023 für Unternehmen mit mehr als 3.000 AN (geschätzt ca. 900 UN)
- Ab 2024 für Unternehmen mit mehr als 1.000 AN (geschätzt ca. 4.800 UN)

„Unternehmen sind dazu verpflichtet, in ihren Lieferketten die in diesem Abschnitt festgelegten menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten in angemessener Weise zu beachten mit dem Ziel, menschenrechtlichen oder umweltbezogenen Risiken vorzubeugen oder sie zu minimieren oder die Verletzung menschenrechtsbezogener oder umweltbezogener Pflichten zu beenden.“

Verletzung von Menschenrechten

- Kinderarbeit unter 15 Jahren (150 Mio. Kinder)
- Schlimmste Formen der Kinderarbeit unter 18 Jahren (Sklaverei, Prostitution, Drogenhandel)
- Zwangsarbeit (25 Mio. Menschen) und Sklavenarbeit
- Missachtung des Arbeitsschutzes
- Verstöße gegen Koalitionsfreiheit (Gewerkschaften)
- Ungleichbehandlung
- Vorenthaltung eines angemessenen Lohns
- Widerrechtliche Zwangsräumung/-enteignung
- Unangemessene Sicherheitsmaßnahmen

Berücksichtigung von Umweltaspekten

- Herbeiführung von schädlicher Bodenveränderung, Gewässerverunreinigung, Luftverunreinigung, Lärmemission oder eines übermäßigen Wasserverbrauchs, die geeignet sind, einer Person ...
 - die natürlichen Grundlagen für Erhalt/Produktion von Nahrung erheblich zu beeinträchtigen,
 - den Zugang zu einwandfreiem Trinkwasser und Sanitäreinrichtungen zu erschweren,
 - die Gesundheit zu schädigen.
- Übereinkommen zu POPs, Quecksilber, Abfallverbringung

RECHTLICHES UMFELD

LIEFERKETTENSORFALTSPFLICHTENGESETZ D 2021

- Indirekte Betroffenheit

⇒ B2B-Kunden geben die Anforderungen des Lieferkettengesetzes immer häufiger in ihrer Lieferkette weiter.

⇒ Damit sind auch Unternehmen unterhalb der Beschäftigtenschwelle von 3.000 bzw. 1.000 von den Sorgfaltspflichten betroffen!

⇒ Anforderungen finden sich in vertraglichen Regelungen wie Einkaufsbedingungen, Lieferantenleitfäden, Code of Conducts oder ähnlichem wieder.

⇒ Abwicklung zusätzlich häufig über Self Assessment Questionnaires (SAQ), Bewertungsorganisationen wie Ecovadis oder anderen speziellen Plattformen bzw. Brancheninitiativen

RECHTLICHES UMFELD

LIEFERKETTENSORGFALTSPFLICHTENGESETZ EU

- Auf dem Weg zu einem europäischen Lieferkettengesetz
- Im Februar hat die EU-Kommission Legislativvorschlag zu Sorgfaltspflichten zum Schutz von Menschenrechten und der Umwelt in der Lieferkette vorgelegt.
- Mindestens 17.000 Unternehmen wären direkt betroffen
- Direkt unter ein neues europaweites Lieferkettengesetz sollen der Kommission zufolge rund 17.000 Unternehmen fallen, wenn sie mehr als 500 Beschäftigte haben. Wo es ein größeres Risiko für Menschenrechts- und Umweltschutzverstöße gebe, gilt die Zahl von 250 Mitarbeitern als Grenze - das ist etwa der Fall, wenn es um den Abbau von Bodenschätzen geht oder um die Textilproduktion.